

قال تعالى :

چ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱
۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱
چ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱ ۱
صدق الله العظيم

سورة الأنعام الآية (59)

الإهداء

إلى من كلله الله بالهبة والوقار، إلى من علمني العطاء
بدون انتظار إلى من احمل إسمه بكل إفتخار، أرجو من الله أن
يمد في عمره ليري ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار
وستبقى كلماته نجوماً أهتدي بها اليوم وإلى الأبد .. والدي العزيز
إلى ملاكي في الحياة، إلى معنى الحب، إلى معنى الحنان
والتفاني، إلى بسمة الحياة وسر الوجود
إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي، إلى
أغلى الحبايب .. أمي الحبيبة
إلى من بهم أكبر وعليهم أعتمد إلى شموع متقدة تنير ظلمة
حياتي

إلى من بوجودهم اكتسب قوة ومحبة لا حدود لها

إلى من عرفت معهم معنى الحياة، أخواني وأخواتي إليهم
جميعاً وإليكنَّ صديقاتي

الباحثة

الشكر والتقدير

الحمد لله حمداً كثيراً على ما أسبغ علينا من نعمه الظاهرة
والباطنة فله الشكر والمثمة وجزى الله عنا نبينا وقره أعيننا محمداً
صلى الله عليه وسلم المبعوث رحمة للعالمين قال الله في محكم
تنزيله : ﴿ قَدْ جَاءَ ﴾⁽¹⁾.

وقال الرسول الكريم : (لا يشكر الله من لا يشكر الناس)⁽²⁾ .
إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك، ولا يطيب النهار إلا بطاعتك،
ولا تطيب الدنيا إلا بذكرك ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب
الجنة إلا برؤيتك .

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي الجليل
الدكتور سر الختم عثمان على ما حظيت به من إشراف كريم
وصبر جميل، وتوجيه مفيد، ونصح سديد فقد منحني من علمه
وتجاربه ودقة ملاحظته، وكانت لتوجيهاته القيمة وإشارته الدقيقة
ما أفدت منه الكثير وأعانتني على إنجاز هذا العمل حتى وصل إلى
الصورة التي بها أمامكم ، كما أشكر له سعة الصدر ونبيل المعاملة
، فله مني كل الشكر والتقدير، ولا أملك سوى التضرع والدعاء له ،
فاللهم أجره عني خير الجزاء وأجعل ذلك في سجل حسناته
وصحائف أعماله .

⁽¹⁾ سورة إبراهيم الآية 7 .

⁽²⁾ أخرجه أبو داود في سننه ، كتاب (باب في شكر المعروف ، ج 5 ، ص
107 ، حديث رقم 4811، بلفظه ، والترمذي في سننه كتاب البر والصلة ،
باب (ما جاء في الشكر لمن أحسن) ج 4 ، ص 329 ، حديث رقم 1954 ،
قال أبو عيسى هذا حديث صحيح .

كما أتقدم بالشكر لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
متمثلة في كلية الدراسات العليا لمنحها لي هذه الفرصة لدراسة
هذا الموضوع والبحث فيه .

والشكر كل الشكر في هذا البحث إلى القلوب التي أحبتني
فمنحتني الثقة وكان حبها ملهماً لي للعطاء وحافزاً على مواصلة
المسيرة التعليمية .. الوالد الذي وعدني بأن أسلك هذا الطريق
والشكر إلى أمي التي زرعت في نفسي كيف أسمو إلى العلا .
والشكر الخالص إلى أخواني الذين تكبدوا الصعب من ورائي

وأخص

بالشكر أخواني محمد ومعتصم الذين تحملوا مشقة العمل
لمساعدتهم لي إلى أن وصلت هذه المرحلة ، والشكر إلى أسرتي
الكريمة وعلى رأسهم العم حسب الرسول الذي كان خير محفز
لي وأزجي الشكر أجزله إلى الخال أبو بكر الطيب الذي كان خير
معاون وخير رفيق، ولا يفوتني أن أشكر الزميلة محاسن التي
رافقتني في هذا المشوار والشكر إلى الأخ عبد الرحمن الشريف
بمركز بحوث القرآن الكريم والسنة النبوية.

وأني أعرف أنكم فوق مستوى العرفان ويعجز عن شكركم
البيان ، كما أتقدم بالشكر الخاص إلى كلية الدعوة والإعلام بجامعة
القرآن الكريم والعلوم الإسلامية التي تعلمنا فيها الكثير والكثير ،
والشكر الجزيل للأساتذة الأجلاء الذين لم يخلوا برأيهم وقاموا
بتحكيم استبانة البحث الميداني وإبداء الآراء والإرشادات المفيدة
التي كانت معينا لي وعلى رأسهم البروفسيور مختار عثمان
الصديق والدكتور مجذوب بخيت والدكتور منصور عثمان محمد
زين والدكتور أحمد إلياس والدكتور سعد عمر فسد الله خطاهم
وجزاهم عني خير الجزاء ، ولا يفوتني أن أشكر أسرة مكتبة جامعة
السودان والمكتبة المركزية، ومكتبة الدراسات العليا بجامعة
القرآن الكريم ومكتبة جامعة أم درمان الإسلامية، ومكتبة جامعة
الخرطوم، ومكتبة جامعة أفريقيا العالمية ومكتبة أكاديمية
السودان للعلوم الإدارية ، وأكاديمية السودان للعلوم المصرفية
والمالية، وإلى أسرة المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في
أفريقيا ، وإلى أسرة العلاقات العامة ببنك أم درمان الوطني، وبنك
المزارع التجاري وبنك الثروة الحيوانية ، والشكر موصول إلى كل
من قدم لي عوناً ولو بالسؤال والشكر ممتد لكل من جعل بينه
وبين بحثي صلة دائمة واهتماماً متواصلاً كما أشكر الدكتور عصام
محمود باشري الذي قام بطباعة هذا البحث ولمن قام بتصويره
وتصحيحه وتغليفه ، والشكر مقدم لمن سيكملون هذا البحث

بآرائهم في لجنة المناقشة والحكم فلا الشكر يكفيكم ولا العرفان يوفيككم .

ونسأل الله أن ينفعنا بعلمهم ويصلح أعمالنا عند الله بتوجيههم عملاً بسنة الإتقان وطلب الإحسان .

الباحثة

والله خير مستعان .

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج- د	الشكر والعرفان
هـ- ز	فهرست الموضوعات
ح- ل	فهرست الجداول
م- ن	فهرست الأشكال
ي- ص	مستخلص البحث
ق- ر	Abstract
1	الفصل الأول : الإطار المنهجي
2	المقدمة
3	أهمية الدراسة
3	أسباب اختيار الموضوع
3	مشكلة البحث
3	تساؤلات البحث
4	أهداف البحث
5	منهج البحث
5	أدوات الدراسة
6	مجتمع الدراسة
7	عينة الدراسة
7	حدود الدراسة
7	مصطلحات البحث
8	الدراسات السابقة
11	علاقة الدراسة بالدراسات السابقة
12	توبيب الدراسة
13	الفصل الثاني : العلاقات العامة، المفاهيم والخصائص والأهداف
14	المبحث الأول : التعريف والنشأة والتطور للعلاقات العامة
34	المبحث الثاني : خصائص العلاقات العامة وأهميتها

46	المبحث الثالث : أهداف العلاقات العامة ووظائفها
67	الفصل الثالث : التنمية الاقتصادية
68	المبحث الأول : مفهوم التنمية الاقتصادية
77	المبحث الثاني : استراتيجيات وسياسات التنمية
96	المبحث الثالث : الاتصال في العلاقات العامة وعلاقته بالتنمية
113	الفصل الرابع : الدراسة التطبيقية
114	أولاً : مبحث تمهيدي : مفهوم وتعريف العلاقات العامة الدولية
121	أهداف العلاقات العامة الدولية وأهميتها
124	العلاقات العامة الاقتصادية الدولية
129	ثانياً : مبحث الدراسة التطبيقية
129	نبذة تعريفية عن المصرف العربي للتنمية الاقتصادية والعلاقات العامة فيه
145	الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية
154	نتائج الدراسة وتفسيرها
207	الفصل الخامس : الخاتمة
208	أولاً : خلاصات النقاش في الإطار النظري :
209	ثانياً : نتائج الدراسة التطبيقية :
211	ثالثاً : التوصيات
212	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرست الجداول

الصفحة	اسم الجدول	الرقم
146	جدول رقم (1-1) يوضح نوع العينة موضع الدراسة	1
147	جدول رقم (1-2) يوضح الفئات العمرية لعينة الدراسة	2
148	جدول رقم (1-3) يوضح المستوى التعليمي لعينة الدراسة	3
149	جدول رقم (1-4) يوضح نوع التخصص لعينة الدراسة	4
151	جدول رقم (1-5) يوضح التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب الوظيفة	5
153	جدول رقم (1-6) يوضح سنوات الخبرة لعينة	6

	الدراسة	
154	جدول رقم (1-7) يوضح تلقي الدورات التدريبية لعينة الدراسة	7
155	جدول رقم (1-8) يوضح عدد الدورات التدريبية لعينة الدراسة	8
156	جدول رقم (1-9) يوضح وجود جهاز لممارسة العلاقات العامة بالمصرف .	9
157	جدول رقم (1-10) يوضح التسمية الوظيفية لجهاز العلاقات العامة	10
158	جدول رقم (1-11) يوضح المستوى الإداري الأنسب لتولي عمل العلاقات العامة	11
159	جدول رقم (1-12) يوضح الجهة التي يتبع لها جهاز العلاقات العامة إدارياً	12
160	جدول رقم (1-13) يوضح وجود علاقة بين جهاز العلاقات العامة والإدارة العليا	13
161	جدول رقم (1-14) يوضح نوع أو طبيعة العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة العليا	14
162	جدول رقم (1-15) يوضح مدى نجاح العلاقات العامة في كسب ثقة وتعاون العاملين بالمصرف	15
163	جدول رقم (1-16) يوضح أن العلاقات العامة تعمل على نشر سياسة المصرف	16
164	جدول رقم (1-17) يوضح مدى عمل العلاقات العامة لترويج خدمات المصرف	17
165	جدول رقم (1-18) يوضح مدى عمل العلاقات العامة في نشر الوعي داخل المصرف	18
166	جدول رقم (1-19) يوضح أن العلاقات العامة عملت على كسب وتأييد الرأي العام الداخلي	19
167	جدول رقم (1-20) يوضح عمل العلاقات العامة على رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية حاجاتهم	20
168	جدول رقم (1-21) يوضح أن العلاقات العامة بالمصرف عملت على دعم صلات المصرف مع أجهزة الإعلام بالداخل والخارج	21
169	جدول رقم (1-22) يوضح أن العلاقات العامة نجحت في تحقيق مبدأ التفاهم والترابط بين العاملين بالمصرف	22

170	جدول رقم (1-23) يوضح مدى عمل العلاقات العامة في الحفاظ على النجاحات التي حققها المصرف وبذل جهود كافية لتحقيق نجاحات أخرى	23
171	جدول رقم (1-24) يوضح أن العلاقات العامة عملت على تحسين صورة المصرف لدى الدور المستفيدة	24
172	جدول رقم (1-25) يوضح أن العلاقات العامة ساهمت في إنجاح المشروعات الإنمائية للمصرف في الدول المستهدفة خارجياً	25
173	جدول رقم (1-26) يوضح مدى أهمية إدارة العلاقات العامة بالمصرف	26
174	جدول رقم (1-27) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للصحافة المحلية كوسيلة اتصال	27
175	جدول رقم (1-28) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للإذاعة كوسيلة اتصال	28
176	جدول رقم (1-29) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للتلفزيون كوسيلة اتصال	29
177	جدول رقم (1-30) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للإنترنت كوسيلة اتصال	30
178	جدول رقم (1-31) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لنشرة العلاقات العامة كوسيلة اتصال	31
179	جدول رقم (1-32) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للملصقات والمطبقات كوسيلة اتصال	32
180	جدول رقم (1-33) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لشاشات العرض الإلكترونية كوسيلة اتصال	33
181	جدول رقم (1-34) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لمجلة المصرف كوسيلة اتصال	34
182	جدول رقم (1-35) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للندوات والمؤتمرات كوسيلة اتصال	35
183	جدول رقم (1-36) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للمعارض الدولية كوسيلة اتصال	36

184	جدول رقم (1-37) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لتبادل المعلومات مع المصارف النظرية كوسيلة اتصال	37
185	جدول رقم (1-38) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للمعارض المحلية كوسيلة اتصال	38
186	جدول رقم (1-39) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للنشاط الإعلامي لتحقيق أهدافها	39
187	جدول رقم (1-40) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للنشاط الثقافي لتحقيق أهدافها	40
188	جدول رقم (1-41) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للنشاط الاجتماعي لتحقيق أهدافها	41
189	جدول رقم (1-42) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للمشاركة الخارجية لتحقيق أهدافها	42
190	جدول رقم (1-43) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للبحوث العلمية لتحقيق أهدافها	43
191	جدول رقم (1-44) يوضح مدى تنظيم العلاقات العامة للمعارض الدولية لتحقيق أهدافها	44
192	جدول رقم (1-45) يوضح درجة تخطيط الحملات الإعلانية للمساعدة في تحقيق أهدافها	45
193	جدول رقم (1-46) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للاتصال الإداري الدولي لتحقيق أهدافها	46
194	جدول رقم (1-47) يوضح فعالية العلاقات العامة تجاه جمهور المصرف	47
195	جدول رقم (1-48) يوضح قيام العلاقات العامة بجهود لتطوير عمل المصرف	48
196	جدول رقم (1-49) يوضح مدى اهتمام العلاقات العامة بحل مشاكل الجمهور الداخلي	49
197	جدول رقم (1-50) يوضح مدى قيام العلاقات العامة بالمصرف بوظائف العلاقات العامة	50
198	جدول رقم (1-51) يوضح مدى تقويم العلاقات العامة لنشاطاتها	51

199	جدول رقم (1-52) يوضح الأساليب التي تتبعها العلاقات العامة لتقويم أنشطتها	52
200	جدول رقم (1-53) يوضح رأي أفراد العينة في الطرق التي تستخدمها العلاقات العامة لتطوير إدارتها	53
201	جدول رقم (1-54) يوضح وجود اختلاف في وظائف العلاقات العامة في المصارف	54

فهرست الأشكال

الرقم	اسم الشكل	الصفحة
1	شكل رقم (1) يوضح العلاقات العامة الدولية	116
2	شكل رقم (2) يوضح الهيكل التنظيمي للعلاقات العامة بالمصرف	137
3	شكل رقم (1-1) يوضح نوع العينة موضع الدراسة	146
4	شكل رقم (1-2) يوضح الفئات العمرية لعينة الدراسة	147
5	شكل رقم (1-3) يوضح المستوى التعليمي لعينة	148

	الدراسة	
149	شكل رقم (1-4) يوضح نوع التخصص لعينة الدراسة	6
151	شكل رقم (1-5) يوضح التوزيع التكراري لعينة الدراسة حسب الوظيفة	7
153	شكل رقم (1-6) يوضح سنوات الخبرة لعينة الدراسة	8
154	شكل رقم (1-7) يوضح تلقي الدورات التدريبية لعينة الدراسة .	9
155	شكل رقم (1-8) يوضح عدد الدورات التدريبية لعينة الدراسة	10
156	شكل رقم (1-9) يوضح وجود جهاز لممارسة العلاقات العامة بالمصرف .	11
157	جدول رقم (1-10) يوضح التسمية الوظيفية لجهاز العلاقات العامة	12
158	شكل رقم (1-11) يوضح المستوى الإداري الأنسب لتولي عمل العلاقات العامة	13
159	شكل رقم (1-12) يوضح الجهة التي يتبع لها جهاز العلاقات العامة إدارياً	14
160	شكل رقم (1-13) يوضح وجود علاقة بين جهاز العلاقات العامة والإدارة العليا	15
161	شكل رقم (1-14) يوضح نوع أو طبيعة العلاقة بين العلاقات العامة والإدارة العليا	16
162	شكل رقم (1-15) يوضح مدى نجاح العلاقات العامة في كسب ثقة وتعاون العاملين بالمصرف	17
163	شكل رقم (1-16) يوضح أن العلاقات العامة تعمل على نشر سياسة المصرف	18
164	شكل رقم (1-17) يوضح مدى عمل العلاقات العامة لترويج خدمات المصرف	19
165	شكل رقم (1-18) يوضح مدى عمل العلاقات العامة في نشر الوعي داخل المصرف	20
166	شكل رقم (1-19) يوضح أن العلاقات العامة عملت على كسب وتأييد الرأي العام الداخلي	21
167	شكل رقم (1-20) يوضح عمل العلاقات العامة على رفع الروح المعنوية للعاملين وتلبية حاجاتهم	22
168	شكل رقم (1-21) يوضح أن العلاقات العامة	23

	بالمصرف عملت على دعم صلات المصرف مع أجهزة الإعلام بالداخل والخارج	
169	شكل رقم (1-22) يوضح أن العلاقات العامة نجحت في تحقيق مبدأ التفاهم والترابط بين العاملين بالمصرف	24
170	شكل رقم (1-23) يوضح مدى عمل العلاقات العامة في الحفاظ على النجاحات التي حققها المصرف وبذل جهود كافية لتحقيق نجاحات أخرى	25
171	شكل رقم (1-24) يوضح أن العلاقات العامة عملت على تحسين صورة المصرف لدى الدور المستفيدة	26
172	شكل رقم (1-25) يوضح أن العلاقات العامة ساهمت في إنجاح المشروعات الإنمائية للمصرف في الدول المستهدفة خارجياً	27
173	شكل رقم (1-26) يوضح مدى أهمية إدارة العلاقات العامة بالمصرف	28
174	شكل رقم (1-27) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للصحافة المحلية كوسيلة اتصال	29
175	شكل رقم (1-28) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للإذاعة كوسيلة اتصال	30
176	شكل رقم (1-29) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للتلفزيون كوسيلة اتصال	31
177	شكل رقم (1-30) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للإنترنت كوسيلة اتصال	32
178	شكل رقم (1-31) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لنشرة العلاقات العامة كوسيلة اتصال	33
179	شكل رقم (1-32) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للملصقات والمطبقات كوسيلة اتصال	34
180	شكل رقم (1-33) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للشاشات العرض الإلكترونية كوسيلة اتصال	35
181	شكل رقم (1-34) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لمجلة المصرف كوسيلة اتصال	36
182	شكل رقم (1-35) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للندوات والمؤتمرات كوسيلة اتصال	37
183	شكل رقم (1-36) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للمعارض الدولية كوسيلة اتصال	38

184	شكل رقم (1-37) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة لتبادل المعلومات مع المصارف النظرية كوسيلة اتصال	39
185	شكل رقم (1-38) يوضح درجة استخدام العلاقات العامة للمعارض المحلية كوسيلة اتصال	40
186	شكل رقم (1-39) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للنشاط الإعلامي لتحقيق أهدافها	41
187	شكل رقم (1-40) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للنشاط الثقافي لتحقيق أهدافها	42
188	شكل رقم (1-41) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للنشاط الاجتماعي لتحقيق أهدافها	43
189	شكل رقم (1-42) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للمشاركة الخارجية لتحقيق أهدافها	44
190	شكل رقم (1-43) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للبحوث العلمية لتحقيق أهدافها	45
191	شكل رقم (1-44) يوضح مدى تنظيم العلاقات العامة للمعارض الدولية أو المحلية لتحقيق أهدافها	46
192	شكل رقم (1-45) يوضح درجة تخطيط الحملات الإعلانية للمساعدة في تحقيق أهدافها	47
193	شكل رقم (1-46) يوضح درجة ممارسة العلاقات العامة للاتصال الإداري الدولي لتحقيق أهدافها	48
194	شكل رقم (1-47) يوضح فعالية ودور العلاقات العامة تجاه جمهور المصرف	49
195	شكل رقم (1-48) يوضح قيام العلاقات العامة بجهود لتطوير عمل المصرف	50
196	شكل رقم (1-49) يوضح مدى اهتمام العلاقات العامة بحل مشاكل الجمهور الداخلي	51
197	شكل رقم (1-50) يوضح مدى قيام العلاقات العامة بالمصرف بوظائف العلاقات العامة	52
198	شكل رقم (1-51) يوضح مدى تقويم العلاقات العامة لنشاطاتها	53
199	شكل رقم (1-52) يوضح الأساليب التي تتبعها العلاقات العامة لتقويم أنشطتها	54
200	شكل رقم (1-53) يوضح رأي أفراد العينة في الطرق التي تستخدمها العلاقات العامة لتطوير إدارتها	55

201	شكل رقم (1-54) يوضح وجود اختلاف في وظائف العلاقات العامة في المصارف	56
-----	---	----

مستخلص البحث

تتناول هذه الدراسة الدور الذي يمكن أن تقوم به العلاقات العامة في الإنماء الاقتصادي في اتصالها الداخلي والخارجي ، ثم حدد مشكلة الدراسة بأن هنالك عدم إدراك لأهمية العلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية كما أن هنالك قصور في أدائها لوجود كثير من المشكلات التي تعترض تنفيذ برامجها والتعرف على الدور الذي تؤديه العلاقات العامة في تلك المؤسسات في اتصالها الإداري الداخلي والخارجي.

لذلك هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على عمل العلاقات العامة في المؤسسات التنموية وعلاقتها بالإدارة العليا من خلال الدور الذي تقوم به وذلك بمسح أساليب الممارسة الفعلية للتوصل إلى أهم النتائج والتوصيات العلمية التي يمكن من خلالها الإسهام في تغيير الاتجاهات السلبية نحو العلاقات العامة إلى اتجاهات إيجابية ، والجهود التي تبذلها العلاقات العامة من

خلال النشاطات التي تمارسها في تحقيق أهدافها المرسومة في خططها المعلنة.

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج التاريخي والمنهج الوصفي والمسحي، مستفيدة من أداتي الاستبانة والمقابلة الشخصية لجمع البيانات والمعلومات .

وقد شملت الدراسة ثلاثة فصول نظرية وفصلاً تطبيقياً رابعاً أجريت فيه الدراسة التطبيقية على المصرف العربي للتنمية الاقتصادية في أفريقيا ومن ثم جاءت الخاتمة التي اشتملت على نتائج وتوصيات الدراسة وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج لعل من أهمها :

- 1/ أسفرت الدراسة عن تبعية العلاقات العامة للمدير العام وهذا يؤكد اهتمام وصلة الإدارة العليا بها مباشرة .
- 2/ كشفت الدراسة عن الأنشطة التي تستخدمها العلاقات العامة في تحقيق أهدافها حيث جاءت المشاركة الخارجية في المرتبة الأولى يليها النشاط الاجتماعي ثم الإعلامي.
- 3/ أثبتت الدراسة أن نسبة تحقيق الأهداف عالية جداً وأن تلك الأهداف تمثلت في الآتي :

- أ/ كسب ثقة وتعاون العاملين بالمصرف .
- ب/ تحسين صورة المصرف لدى الدول المستفيدة من عونه .
- ج/ المساهمة في نجاح المشروعات الإنمائية للمصرف في الدول المستهدفة خارجياً .
- د/ المساهمة في النجاحات التي حققها المصرف وبذل جهود كافية لتحقيق نجاحات أخرى

- هـ/ رفع الروح المعنوية للعاملين بالمصرف .
 - 4/ أوضحت الدراسة أن نسبة 42% من أفراد العينة يرون أن العلاقات العامة تقوم بتقويم أنشطتها وترى الباحثة أنها نسبة غير كافية لأن التقويم يساعد في معرفة السلبيات لتلافيها والإيجابيات لدعمها ، ولذا كان الواجب أن تكون نسبة أعلى من ذلك ..
 - 5/ أثبتت الدراسة أن نسبة 100% من افراد العينة يرون أن هنالك جهازاً متفرغاً لممارسة نشاط العلاقات العامة بالمصرف ما يعني أن الإدارة فاعلة ومعلومة النشاط وحاضرة عندهم.
- وعلى ضوء النتائج أوصت الباحثة بالآتي :

- 1/ أن تواصل الإدارة العليا في صلتها المباشرة بهذه الإدارة وربطها بمكتبها مباشرة لأنها الجهة التي تتولى وضع السياسات والقرارات وتقوي هذا الربط وتلك الصلة باستمرار.

2/ إجراء البحوث بصفة مستمرة ودورية والاعتماد على التقارير الدورية وتحليل البرامج المنفذة لمعرفة أثر العلاقات العامة لدى العاملين بالمصرف .

3/ الاهتمام بوظيفة التقويم للتنبؤ بالمشكلات في المستقبل وعمل الاحترازات واختيار البدائل المناسبة لمواجهتها ، حيث تلاحظ أنها أقل من المستوى المطلوب.

4/ إنشاء علاقات وصلات وطيدة مع عدد من المؤسسات لتبادل وجهات النظر في عمل إدارة العلاقات العامة في كل مؤسسة لتبادل الخبرات بها وتفادي الأخطاء والتعرف على كيفية المعالجة السريعة لها .

Abstract

This study discussed the role performed by public relations in the establishments of economical development in its administrative internal and external contact. The problem of this study determined the ignorance of the importance of Public Relations in the economical establishments . Also, there are several constrains that made the performance of this directorate to be imperfect. Therefore , the researcher showed clearly the task of public relations in the establishment of development and showed its relation with the higher authority explaining the model practice of performance and the ideal participations that lead to the final reasonable results and scientific recommendations to make the necessary changes from the passive participations to the effective ones in order to achieve the beneficial objectives.

The researcher used the historical, descriptive and the survey methods in addition to the questionnaire and the interview to gather data and information.

The study comprised four theoretical parts . The fifth part is a practical one applied on the Arab Bank for Economical Development in Africa. The sixth and last part contains the results and recommendations. The most important **results** are as follows:

- 1- The Directorate of the Public Relations is extremely important to the general manager to verify the objectives of the establishment.
- 2- The external participation of the came in the first place among activities, followed by the social activities and then the information staff.

- 3- The study proved that there is a high percentage of achieving the objectives:
 - a) To gain the trust and cooperation of employees in the bank.
 - b) To enhance the bank reputation for the related countries.
 - c) To participate in the progress of development programs.
 - d) To participate to gain the best quality for the bank.
 - e) To motivate employees to gain high spirits.
- 4- 42% of the people who answered the questionnaire stated the activities of the directorate while the majority denied the advantage of the directorate.
- 5- All the employees stated that there is specialized organ specifically appointed to implement the projects of public relations.

The Recommendations:

- 1- The higher authority should adopt the directorate of public relations because the higher authority sets the policies and resolutions of the establishment.
- 2- To make periodical researches and reports and analyze programs and implement projects to know the effect of the directorate on the bank performance.
- 3- To be connected with evaluation to solve the problems and to make the necessary precautions for improvement in the future.
- 4- To make and strengthen relations with other banking establishments to exchange experience and gain progress in the long run.